

# Pengaruh *Income* dan *Latte Factor* Terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millennial di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Chaerunnisa<sup>1</sup>, Deni Kamaludin Yusup<sup>2</sup>, Dedah Jubaedah<sup>3</sup>, Usep Saepullah<sup>4</sup>,

<sup>1</sup>Program Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: 25chaerunnisa250896@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

<sup>3</sup>Program Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dedahjubaedah@uinsgd.ac.id

<sup>4</sup>Program Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: usepsaepullah72@uinsgd.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh *income* dan *latte factor* terhadap daya tahan keuangan kalangan millennial di Bandung Jawa Barat, Indonesia. Pendapatan (*income*) dapat diartikan sebagai pendapatan bersih atau laba bersih yang diperoleh dari hasil usaha setelah dikurangi dengan beban biaya atau kebutuhan rutin. Pengeluaran (*latte factor*) merupakan pengeluaran untuk hal yang sebenarnya tidak dibutuhkan, yang tampak terlihat kecil dan tanpa sadar dilakukan secara terus menerus, yang akhirnya membuat pengeluaran membengkak dan menjadi lebih besar. Adapun daya tahan keuangan di kalangan millennial, khususnya di Bandung Jawa Barat menjadi lemah atau defisit disebabkan oleh kebiasaan konsumtif generasi millennial yang cenderung boros. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *income* dan *latte factor* memiliki pengaruh yang kuat terhadap daya tahan keuangan kalangan millennial di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Dikaji melalui analisis regresi linier, koefisien regresi variabel independen bertanda positif menunjukkan bahwa *income* dan *latte factor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tahan keuangan generasi millennial di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Implikasi dari penelitian ini adalah kalangan millennial hendaknya memilih skala prioritas dalam menentukan anggaran pengeluaran sesuai dengan pendapatan yang diperoleh secara proporsional.

**Kata kunci:** *Income*, *Latte Factor*, Daya Tahan Keuangan, Kalangan Millennial.

## Abstract

This research explains the effect of income and latte factor on financial resilience among the millennial in Bandung City, West Java, Indonesia. Income can be interpreted as net income or net profit derived from operating results after deducting expenses or routine needs. Latte factor or expenditure is the expenditures for everything that are not actually needed, which appear to be small and unconsciously carried out continuously, which ultimately makes expenditure swell and become larger. As for financial resilience in millennial, especially in Bandung, West Java, the weakness or deficit budget is caused by the consumptive habits of the millennial generation which tend to be wasteful. The results of this study indicate that income and latte factor have a strong influence on millennial financial resilience in Bandung City, West Java, Indonesia. Through the linear regression analysis, there is found that the regression coefficient of the independent variable is positive indicating which income and latte factor have a positive and significant effect on the millennial financial resilience in Bandung City, West Java, Indonesia. The implication of the research is the millennial have to choose the priority scale in determining the expenditure budget according to the income obtained proportionally.

**Keywords:** Income, Latte Factor, Financial Endurance, Millennial.

## 1. PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku generasi millennial yang mengedepankan pola hidup konsumtif (*lifestyle*) yang tidak sesuai dengan pendapatan yang diperoleh, yang pada akhirnya akan menyebabkan mengalami *latte factor* (kebiasan receh). Hal tersebut juga terjadi pada kalangan millennial di Bandung Jawa Barat, dengan kondisi tersebut tentu sangat diperlukan kemampuan para kalangan millennial khususnya yang tinggal di Kota Bandung dalam mengelola dan menjaga daya tahan keuangan pribadi mereka, agar mereka bisa mengatur dan mengelola antara pendapatan yang didapat dengan pengeluaran yang sudah dianggarkan.

Temuan dilapangan juga mengatakan bahwa kalangan millennial di Bandung Jawa Barat, sering sekali mengunjungi pusat-pusat perbelanjaan seperti Mall, Borma atau *departemen store*. Hal ini dikarenakan beberapa hal, salah satunya karena didukung oleh banyaknya tempat perbelanjaan di daerah Bandung, yang dipandang seringkali memberikan potongan-potongan harga baik untuk kebutuhan sehari-hari, pakaian dan makanan. Hal tersebut kadangkala membuat para kalangan millennial boros sehingga lupa diri dan tidak mengontrol keinginan belanja mereka, yang pada akhirnya membuat daya tahan keuangan mereka melemah.

Seringkali pendapatan (*income*) terasa tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sebenarnya bukan berarti kebutuhan hidup yang menjadi penyebab pemborosan, akan tetapi gaya hidup mereka yang berlebihan sehingga tidak memperhatikan akibat dari *latte factor* yang ternyata akan berpengaruh terhadap daya tahan keuangan mereka jika dilihat dari preferensinya apakah akan surplus atau defisit.

Hal tersebut mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Otto, et al (2007) dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda bahwa dalam konteks keuangan, kontrol diri merupakan sebuah aktifitas yang dapat berfungsi mendorong seseorang untuk melakukan penghematan (tujuan yang bermanfaat) serta dapat menekan pembelian implusif (tujuan untuk kesenangan semata) yang akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya tahan keuangan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat merumuskan bahwa ketidakseimbangan antara jumlah pendapatan (*income*) dan pengeluaran (*latte factor*) tampaknya dapat berpengaruh terhadap daya tahan keuangan seseorang atau suatu perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih difokuskan untuk menghitung seberapa besar pengaruh pendapatan (*income*) dan pengeluaran (*latte factor*) terhadap daya tahan keuangan kalangan millennial di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pendapatan (*Income*)

*Income* adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang di nilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku pada saat itu. Pendapatan (*income*) merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 2000). *Income* atau pendapatan bahwasanya akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Selain itu, seringkali dijumpai pula dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, di mana kualitas barang tersebut juga akan ikut menjadi perhatian (Soekartawi, 2002).

Samuelson (2002) dalam Muttaqin (2014) mengatakan *income* adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Adapun *diposable income* adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau dikonsumsi oleh penerimanya. Pendapatan ini merupakan hak mutlak bagi setiap penerimanya (Prasetyo, 2011).

Salah satu indikator utama ekonomi untuk mengukur kemampuan ekonomi masyarakat adalah tingkat pendapatan. Indikator yang dimaksud hanya bersangkutan dengan pendapatan dan pengeluaran, akan tetapi yang lebih penting adalah mengetahui besarnya perbandingan antara penerimaan dengan pengeluaran. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, bonus, insentif, dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama.

## 2.2 Pengeluaran (*Latte Factor*)

Istilah *latte factor* pertama kali dicetuskan oleh David Bach (2019), seorang penulis buku finansial ternama sekaligus motivator keuangan di Amerika Serikat. Istilah *latte factor* dapat didefinisikan sebagai pengeluaran kecil yang sebenarnya tidak diperlukan tetapi dilakukan berkali-kali sehingga tanpa sadar membuat pengeluaran membengkak dan menjadi besar. Adapun indikator yang mendasari *latte factor* diantaranya adalah daya beli, kebutuhan dasar, *utility* (kegunaan), dan *lifestyle* (gaya hidup).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Kadence International Indonesia pada tahun 2013, ternyata sebesar 28% masyarakat Indonesia berada dalam kondisi pengeluaran yang lebih besar dibandingkan dengan pendapatan. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya perhatian kita terutama kalangan millennial terhadap *latte factor*. Implikasinya, mereka cenderung dengan mudah mengeluarkan uang hanya untuk hal-hal yang tidak terlalu penting. Kadance Indonesia juga menyebutkan bahwa rata-rata orang Indonesia hanya menabung sebesar 8% dari total pendapatan per bulannya. Keinginan untuk memenuhi gaya hidup mewah masih jauh lebih besar dibandingkan kesadaran untuk menabung.

Masyarakat modern, terutama kalangan millennial ternyata sangat menyukai gaya hidup mewah. Bahkan, tidak sedikit yang rutin nongkrong di kafe atau membeli kopi yang mahal setiap hari karena merasa bahwa hal tersebut merupakan rutinitas yang tidak dapat ditinggalkan. Adapun hal-hal lain yang sering dianggap sebagai kebutuhan adalah daya beli dengan membeli banyak barang *branded*, menonton film di bioskop, atau rutin untuk berwisata kuliner. Akibatnya, mereka kerap mengeluarkan uang untuk sekedar memuaskan nafsu atau hanya sekedar untuk mengikuti tren yang sedang berlangsung.

## 2.3 Daya Tahan Keuangan Kalangan Millennial

Kuangan merupakan aspek penting yang melekat dalam kehidupan masyarakat luas khususnya untuk kalangan millennial agar mampu menjaga daya tahan keuangannya dengan maksimal. Adapun pengetahuan keuangan sangat penting untuk dimiliki karena akan dapat membantu individu dalam menentukan produk-produk finansial yang dapat mengoptimalkan keputusan keuangannya (Margaretha dan Pambudhi, 2015). Jika pengetahuan tentang keuangan yang mereka miliki masih kurang, maka terdapat kecenderungan hal tersebut akan mengakibatkan berbagai kerugian bagi individu tersebut, bahkan tingkat daya tahan keuangannya akan semakin menurun dan mengalami defisit.

Daya tahan keuangan kalangan millennial dapat dilihat dari tingkat preferensi kecenderungan mereka untuk bertahan hidup. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Assael (1992) membatasi kata persepsi sebagai perhatian kepada pesan, yang mengarah ke pemahaman dan ingatan. Persepsi yang sudah mengendap dan melekat dalam pikiran akan menjadi preferensi. Mowen (1993), mengatakan bahwa preferensi dapat berubah dan juga dapat di pelajari sejak kecil. Adapun gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekadar kelas sosial atau kepribadian seseorang (Kotler, 2007).

Kalangan millennial untuk menjaga daya tahan keuangannya memiliki tingkat preferensi yang berbeda untuk bertahan hidup, bisa saja mereka akan mengalami surplus atau bahkan defisit. Surplus adalah nilai yang melebihi batas nilai yang telah ditentukan. Sehingga jika nilai telah melewati batas, maka dapat dikatakan bahwa itu disebut dengan surplus. Sedangkan defisit secara harfiah adalah kekurangan dalam kas keuangan. Defisit biasa terjadi ketika seseorang memiliki jumlah pengeluaran yang lebih banyak dari pada pendapatan. Defisit merupakan sumber dari hampir seluruh masalah keuangan, penyebabnya hanya satu yaitu pengeluaran (*latte factor*) lebih besar dari pada pemasukan (*income*).

### 3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitis dan pendekatan statistik-kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan metode survey dengan teknik kuesioner yang dilakukan terhadap kalangan millennial di Kota Bandung, Jawa Barat Indonesia dengan menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah: *income* dan *latte factor*. Sedangkan variabel dependennya adalah daya tahan keuangan kalangan millennial di Bandung Jawa Barat Indonesia. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linier sederhana dan berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, dan analisis hipotesis berupa analisis signifikansi parsial (uji t) dan analisis simultan (uji F).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Sebelum melakukan analisis, data yang telah diperoleh dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan realibilitasnya, untuk menguji apakah alat ukur yang digunakan, berapa butir item pertanyaan yang telah diajukan kepada para responden telah mengukur secara cermat dan tepat, serta menguji apa saja aspek yang akan diukur dalam penelitian ini. Pengujian validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya.

Selain uji validitas, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, yaitu suatu alat ukur yang dapat diandalkan. Jika alat ukur tersebut digunakan secara berulang kali, maka akan memberikan hasil yang relatif sama. Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur, maka digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien realibilitas. Jika koefisien realibilitas tersebut lebih besar dari 0.70, maka secara keseluruhan pernyataan dapat dinyatakan andal (reabilitas).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *alpha-cronbach*, peneliti memperoleh hasil uji realibilitas sebagaimana tampak pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1: Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Penelitian**

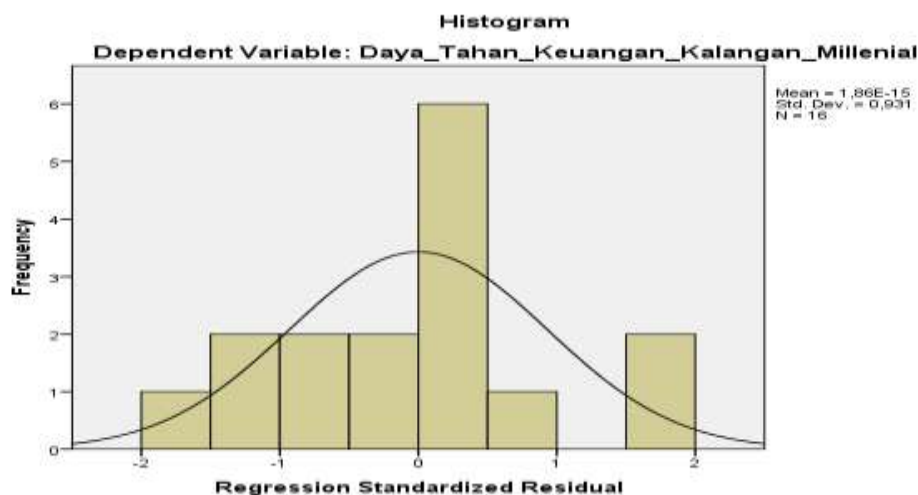
| Kuesioner                              | Jumlah Pertanyaan | Koefisien Reabilitas | Keterangan |
|--|-------------------|----------------------|------------|
| Income                                 | 5                 | 0,883                | Reliabel   |
| Latte Factor                           | 5                 | 0,874                | Reliabel   |
| Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial | 5                 | 0,886                | Reliabel   |

## 4.2 Analisis Uji Asumsi Klasik

### 4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Untuk lebih memastikan apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak, maka uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu grafik histogram dan grafik normal probability plot.

#### Hasil Uji Normalitas Histogram



Bentuk grafik histogram di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal karena bentuk grafik normal dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri.

**Tabel 2: Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 16                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | ,54829608               |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,166                    |
|                                  | Positive       | ,166                    |
|                                  | Negative       | -,140                   |
| Test Statistic                   |                | ,166                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,166 dengan tingkat signifikansi residual sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal dan memenuhi prasyarat uji asumsi klasik.

#### 4.2.2 Uji Multikolinieritas

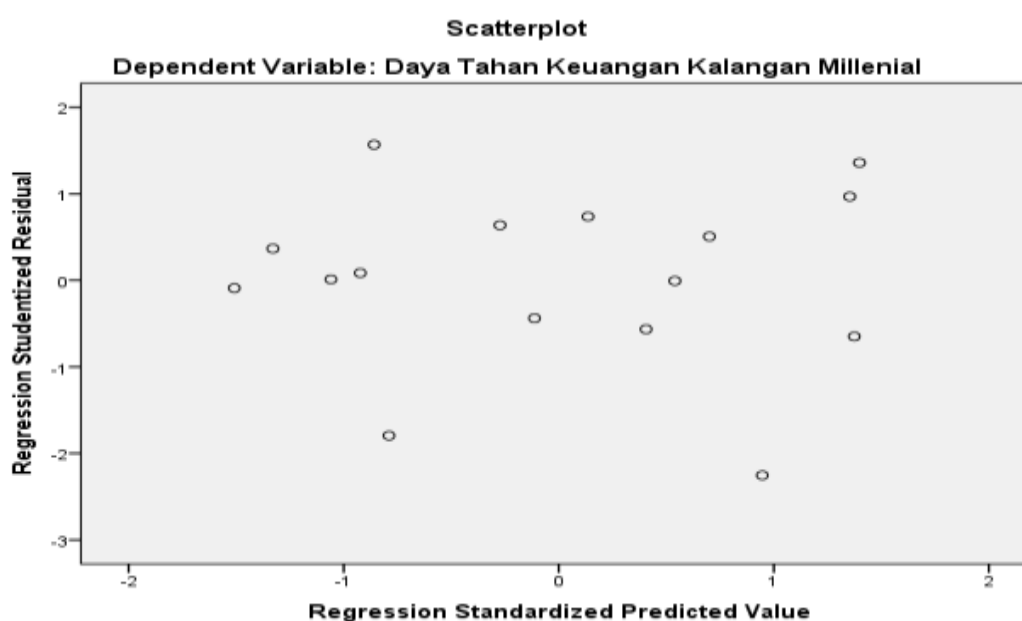
**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model        | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-------------------------|-------|
|              | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)   |                         |       |
| Income       | ,219                    | 4,572 |
| Latte Factor | ,219                    | 4,572 |

a. Dependent Variable: Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF masing-masing variabel independen kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami multikolinieritas dan memenuhi prasyarat uji asumsi klasik.

#### 4.2.3 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik di atas, maka dapat diasumsikan bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3 Analisis Uji Regresi Linier

Dari pengujian asumsi klasik maka dapat disimpulkan bahwa data yang ada terdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastisitas sehingga memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk menguji seberapa besar perubahan yang terjadi pada daya tahan keuangan kalangan millenial yang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen (*Income* dan *Latte Factor*). Berdasarkan hasil pengolahan data *Income* dan *Latte Factor* terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial di peroleh hasil sebagai berikut:



Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

| Model        | Unstandardized Coefficients <sup>a</sup> |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|--|------------|---------------------------|-------|------|
|              |  |            |                           |       |      |
|              | B  | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)   | -1,821                                   | 2,295      |                           | -,793 | ,442 |
| Income       | ,431                                     | ,296       | ,413                      | 1,455 | ,169 |
| Latte Factor | ,601                                     | ,303       | ,562                      | 1,982 | ,069 |

a. Dependent Variable: Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka dapat diketahui persamaan regresi variabel Income dan Latte Factor terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial sebagai berikut

$$Y = -1,821 + 0,431 X_1 + 0,601 X_2$$

Hasil uji regresi linier di atas menunjukkan bahwa konstanta  $a$  memiliki nilai sebesar -1,821. Adapun koefisien regresi dari variabel independen bertanda positif yaitu koefisien  $b_1$  dengan nilai sebesar 0,431, dan koefisien  $b_2$  sebesar 0,601. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *Income* dan *Latte Factor* sebesar 1 maka akan mengakibatkan peningkatan Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial.

Tabel 5. Hasil Analisi Uji Regresi Sederhana

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)   | -,418                       | 1,106      |                           | -,378  | ,711 |
| Income       | 1,014                       | ,036       | ,991                      | 27,878 | ,000 |
| (Constant)   | -,250                       | ,956       |                           | -,261  | ,798 |
| Latte Factor | 1,000                       | ,031       | ,993                      | 32,090 | ,000 |

a. Dependent Variable: Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS di atas, dapat dilihat koefisien regresi dari variabel  $X_1$  bertanda positif. Hal ini berarti bahwa apabila *Income* naik maka Daya Tahan Keuangan pun akan naik pula. Persamaan di atas menunjukkan bahwa jika  $Y$  naik 1 maka  $X_1$  akan naik sebesar 1,014. Adapun koefisien regresi dari variabel  $X_2$  pun bertanda positif. Hal ini berarti bahwa apabila *Latte Factor* naik maka Daya Tahan Keuangan pun akan naik pula. Persamaan ini menunjukkan bahwa jika  $Y$  naik 1 maka  $X_2$  akan naik sebesar 1,000. Hal ini menegaskan bahwa *Income* dan *Latte Factor* yang baik akan meningkatkan Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial di Bandung Jawa Barat.

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh *Income* dan *Latte Factor* terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial signifikan secara statistik, maka dilakukan uji signifikansi. Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji simultan dengan menggunakan SPSS. Diketahui bahwa nilai Sig. = 0,000. Dapat diketahui bahwa nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Adapun nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 62,860. Karena nilai  $F_{hitung}$   $62,860 > F_{tabel}$  3,74, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ).

#### 4.4 Analisa Uji Determinasi

Koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil, berarti memiliki kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang mendekati satu menandakan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen. Adapun nilai R yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan SPSS terlihat sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Analisis Uji Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | ,952 <sup>a</sup> | ,906     | ,892              | 2,16755                    | 2,969         |

a. Predictors: (Constant), *Latte Factor*, *Income*

b. Dependent Variable: Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

Berdasarkan analisis uji determinasi pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau koefisien determinasi (KD) adalah sebesar 90,6% yang dapat diasumsikan bahwa variabel bebas *X* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 90,6% terhadap variabel *Y*, dan 9,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel *X*. Adapun hasil korelasi *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial (*Y*) dapat ditunjukkan dengan nilai 0,952 atau sebesar 95,2%. Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara variabel independen *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial (*Y*).

#### 4.5 Pembahasan

##### 4.5.1 Analisis Pengaruh *Income* Terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

*Income* merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Persamaan regresi linier sederhana variabel  $X_1$  dengan *Y* adalah  $Y = -0,418 + 1,014 X_1$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika *Y* naik 1 maka  $X_1$  akan naik sebesar 1,014. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai Sig. = 0,000.

Berdasarkan hasil hitung tersebut maka dapat diketahui bahwa nilai Sig. 0,000 < 0,05. Adapun nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 27,878, menunjukkan nilai  $t_{hitung} 27,878 > t_{tabel} 2,160$ , maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara parsial variabel independen *Income* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial (*Y*).

Selain itu, maka dapat diasumsikan pula bahwa berdasarkan hasil perhitungan tersebut, teori yang menyebutkan bahwa hubungan variabel independen *Income* ( $X_1$ ) terhadap variabel dependen Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial (*Y*) berbanding lurus terdapat hubungan yang positif. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *Income* ( $X_1$ ) maka Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial (*Y*) akan meningkat.



#### 4.5.2 Analisis Pengaruh *Latte Factor* Terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

*Latte Factor* adalah pengeluaran kecil yang sebenarnya tidak diperlukan tetapi dilakukan berkali-kali sehingga tanpa sadar membuat pengeluaran membengkak dan menjadi besar. Persamaan regresi linier sederhana variabel  $X_2$  dengan  $Y$  adalah  $Y = -0,250 + 1,000 X_2$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika  $Y$  naik 1 maka  $X_2$  akan naik sebesar 1,000. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai  $\text{Sig.} = 0,000$ . Dapat diketahui bahwa nilai  $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ . Adapun nilai  $t_{\text{hitung}}$  adalah sebesar 32,090, menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}} 32,090 > t_{\text{tabel}} 2,160$ , maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji  $t$  dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil hitung secara parsial variabel independen *Latte Factor* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ). Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa berdasarkan hasil perhitungan tersebut relevan dengan teori yang menyebutkan hubungan variabel independen semakin tinggi nilai *Latte Factor* ( $X_2$ ) maka Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ) akan menurun.

#### 4.5.3 Analisis Pengaruh *Income* dan *Latte Factor* Terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ). Berdasarkan nilai koefisien determinasi (KD) didapatkan hasil sebesar 90,6% yang dapat diasumsikan bahwa variabel bebas  $X$  memiliki pengaruh kontribusi sebesar 90,6% terhadap variabel  $Y$ , dan 9,4 % lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel  $X$ . Adapun hasil korelasi *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ) dapat ditunjukkan dengan nilai 0,952 atau sebesar 95,2%.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Otto, et al (2007), Ida dan Cinthia Yohana Dwinta (2010) yang menyatakan bahwa variabel *Income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Management*. Hasil penelitian ini juga mendukung dengan hasil penelitian Anugrah (2011), juga menyatakan bahwa variabel gaya hidup (*Latte Factor*) dari aspek aktifitas memberikan pengaruh yang positif terhadap daya tahan keuangan.

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka pada bagian akhir analisis ini dapat ditegaskan di sini bahwa kenaikan nilai *income* naik dan *latte factor* terbukti baik secara teoritik maupun praktis terhadap semakin menurunnya daya tahan keuangan. Hasil pembuktian penelitian tersebut tentu saja dapat menjadi sebagai bahan pertimbangan bagi individu atau perusahaan untuk membuat keputusan dalam mengelola keuangan secara bijak agar tidak mengalami defisit keuangan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa *Income* ( $X_1$ ) dan *Latte Factor* ( $X_2$ ) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya Tahan Keuangan Kalangan Millenial ( $Y$ ). Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dengan nilai  $\text{Sig.} = 0,000$ . Dapat diketahui bahwa nilai  $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ , dengan nilai  $F_{\text{hitung}} 62,860 > F_{\text{tabel}} 3,74$ . Adapun nilai  $R \text{ Square}$  atau koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 90,6% terhadap variabel  $Y$ , dan 9,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel  $X$ . Dan mengacu pada kesimpulan tersebut, maka penelitian ini dapat berimplikasi pada penulis, peneliti selanjutnya, untuk mempertimbangkan keputusan dalam menjaga daya tahan keuangan.

## REFERENSI

- Anugrah, Rifky. (2011). *Pengaruh Sikap terhadap Produk dan Gaya Hidup Brand Minded terhadap Keputusan Membeli Smartphone Blackberry pada Siswa SMA Al-Azhar Bumi Serpong Damai*. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aribawa, Dwitya. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 20 No, 1, 1-13.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Di dalam Astuti, E.R.P. Analisis Perilaku Konsumen Produk Minuman Suplemen di PT. Gatorade Indonesia. Jakarta. Skripsi. Jurusan Teknologi Indutri Pertanian. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Ayranci, E. (2011). *Effects of Top Turkish Managers Emotional and Spiritual Intelligences on Their Organization Financial*. Business Intelligence. Journal-January, 2011 Vol. 4 No. 1.
- Chao, A., & Schor, J.B. (1998). *Empirical Tests of Status Consumption: Evidence from Woman's Cosmetics*. Journal of Economic Psychology, 19 (1), 107-131.
- Chaplin, J.P. 2002. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chen, H & Volpe, RP. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students*. Financial Services Review, 7 (2), 107-128.
- Cummins M., Haskel J.H., & Jenkins S. (2009). *Financial Attitudes and Spanding Habits of University Fresmen*. Journal of Economics and Economic Education Research. Vol. 10 (1) : pp. 3-6.
- Desira, M, and L. Darmajanti. (2013). *7 Eleven: Gaya Hidup Remaja Perkotaan Saat ini*. Departemen Sosiologi Universitas Indonesia, Depok.
- Eastman, J.K., Goldsmith, R.E., & Flynn, L.R. (1999). *Status Consumption in Consumer Behavior: Scale Development and Validation*. Journal of Marketing Theory and Practice, 7 (3), 41-52.
- Eastman, J.K., Goldsmith, R.E., & Flynn, L.R. (1999). *Status Consumption in Consumer Behavior: Scale Development and Validation*. Journal of Marketing Theory and Practice, 7 (3), 41-52.
- Eng, T.Y, & Bogaert, J. (2010). *Psychological and Cultural Insights into Consumption of Luxury Western Brands in India*. Journal of Customer Behavior, 9 (1), 55-75.
- Husic, M., & Cicic, M. (2009). *Luxury Consumption Factors*. Journal of Fashion Marketing and Management, 13 (2), 231-245.
- Ida, & Dwinta, C.Y. (2010). *Pengaruh Locus of Control, Financial Knowlodge, Income Terhadap Financial Management Behavior*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi.
- Kelan, E, and M. Lehnert. (2009). *The Millennial Generation: Generation Y and the Opportunities for a Globalised, Network ed Educational System, Beyond Current Horizons*. Education Department University of Bath, Bath.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. PT. Indeks Kelompok Gramedia Jakarta.
- Lertwannawit, A. & Mandhachitara, R. (2012). *Interpersonal Effects on Fashion Consciousness and Status Consumption Moderated by Materialism in Metropolitan Men*. Journal of Business Research, 65 (10), 1408-1416.
- L. Giltman. (2004). *Princile of Finance*. Prectice Hall: New Jersey.

- Malinda, Maya. (2007). *Perencanaan Keuangan Pribadi*. Yogyakarta: ANDI.
- Margaretha, Farah dan Pambudhi, R.A. (2015). *Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi*. JMK. Vol 17 No. 1. Hal 76-85.
- Mason, R.S. (2001). *Conspicuous Consumption: A Literature Review*. European Journal of Marketing, 18 (3), 26-39.
- Mowen, J.C. (1993). *Consumer Behavior*. Edisi Ketiga. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Muttaqin, Hakim. (2014). Analisis Pendapatan Kepala Keluarga Terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kecamatan Bandar Sakti. *Jurnal*, Universitas Al-Muslim, Lhokseumawe.
- Nofsinger, J.R. (2005). *Social Mood and Financial Economics*. Journal of Behavioral Finance, Vol. 6, pp. 101-112.
- Norum, P.S. (2003). *Examination of Generational Differences in Household Apparel Expenditures*. Family and Consumer Sciences Research Journal, 32 (1), 52-75.
- Otto, Philip E, Davies G.B., Chater, N. (2007). Note on Ways of Saving: Mental Mechanisms as Tools for Self-Control?. *Global Business and Economic Review*, Vol. 9, No. 2.
- Prasetyo, P. Eko. (2001). *Fundamental Makro Ekonomi*. Yogyakarta: Beta Offset.
- Samuelson, Nordhus. (2004). *Ilmu Makro Ekonomi*, Edisi 17. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Semuel, Hatane. (2007). *Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia dan Gender terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2 (1), hlm: 31-42.
- Soediyono. (1984). *Pengantar Analisa Pendapatan Nasional*. Yogyakarta: Liberty.
- Soekartawi. (2002). *faktor-faktor produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sohn, S. H, Joo, S-H, Grable, J.E, Lee S & Kim M. (2012). *Adolescents Financial Literacy, The Role of Financial Socialitation Agents, Financial Experiences, and Money Attitudes in Shipping Financial Literacy Among South Korean Youth*. Journal of Adolescence. Vol 35 (4), 969-980.
- Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan dan Perencanaan-Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity.
- Wartawan Kompas. (2017). *Perilaku Keuangan Generasi Millenial*. Diakses online tanggal 04 Desember 2019. [www.ekonomi.kompas.com](http://www.ekonomi.kompas.com).
- Winardi. (1975). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: Tarsito.
- Xiao, J.J, Dew, J. (2011). *The Financial Manangement Behavior Scale: Development and Validation*. Journal of Financial Counseling and Planning, 22 (1): 49-53.
- Young, A.M., & Hinesly, M.D. (2012). *Identifying Millennials Key Influences from Early Childhood: Insights into Current Consumer Preferences*. Journal of Consumer Marketing, 29 (2), 146-155.